




---

 PORTADA
 

---

 INFORMACIÓN GENERAL
 

---

 CONSEJO EDITORIAL
 

---

 ENVÍO DE ORIGINALES
 

---

 NÚMEROS ANTERIORES
 

---

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS
 

---

 CREATIVE COMMONS
 

---

 BÚSQUEDAS
 

---

 CONTACTO
 

---

Google DENTRO DE C&amp;S

 OK


Reseña /

JOHN C. MERRILL, JOHN LEE

Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el

*Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Colección Cultura y Comunicación,*

JOHN C. MERRILL, JOHN LEE Y EDWARD JAY FRIEDLANDER Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Colección Cultura y Comunicación, Madrid, 1992, 566 pp. Tres investigadores norteamericanos de dilatada trayectoria, encabezados por el prolífico John Merrill, se propusieron elaborar un manual de referencia contemporáneo sobre los medios de comunicación, para lo cual distribuyeron un cuestionario entre un centenar de profesores universitarios de los Estados Unidos en el cual pidieron que expresaran sus ideas y comentarios sobre lo que desearían encontrar en una obra de esta naturaleza. Como resultado de esta consulta, otro de nombres, los autores descubrieron que, además de los temas clásicos recurrentes en los manuales al uso, sería necesario abordar más profundamente aspectos tales como la economía de los medios, su evolución histórica, sus procesos de funcionamiento, los problemas de la mujer y las minorías, y ofrecer una perspectiva bien documentada sobre las tendencias que prevalecerán en el próximo siglo. Los encuestados insistieron en que se prestara especial atención a la comunicación internacional y a la ética de los medios, y que se utilizara como recurso didáctico la referencia a acontecimientos actuales de interés periodístico para ilustrar los asuntos tratados. Con este marco, los autores elaboraron esta obra, originalmente titulada *Modern Mass Media*, con el doble objetivo de servir como ayuda para la selección y el uso crítico de los medios, y para proporcionar a estudiantes y profesionales la oportunidad de actualizar y completar los datos que ya poseen sobre el funcionamiento de los medios de comunicación. El enfoque del manual destaca particularmente la situación de los medios en Estados Unidos, y de forma más tangencial incorpora perspectivas y problemas de la comunicación internacional. Antes de abordar la estructura y contenido del manual, parece conveniente detenerse en la presentación de sus autores, ya que la referencia al espectro de temas tratados en sus anteriores obras ayudará a calibrar localmente de sus aportaciones y el ámbito de sus especialidades. John Merrill, profesor de Periodismo en la Universidad de Missouri, es autor de una veintena de obras entre las que figura el estudio sobre la comunicación internacional *Global Journalism: Survey of International Communication* (New York, Longman, 1991, 2 ed.), y numerosos trabajos que reflejan su preocupación por la ética profesional y por la responsabilidad pública de los informadores: *Macro-media: Mission, Message and Morality* (New York, Longman, 1990); *The Dialectic in Journalism: Toward a Responsible Use of Press Freedom* (Baton Rouge, Louisiana State University Press, 1989); *Philosophy and Journalism* (New York, Longman, 1983); *Existential Journalism* (New York, Hastings House, 1977) y *Ethics and the Press: Readings in Mass Media Morality* (New York, Hastings House, 1982, 2 ed.). Edward Jay Friedlander, de la Universidad de Arkansas, y John Lee, de la Universidad de Memphis habían publicado juntos anteriormente *Feature Writing for Newspapers and Magazines: The Pursuit of Excellence* (New York, Harper & Row, 1988). Lee además fue editor de *The Diplomatic Perstuzders: New Role of the Mass Media in International Relations* (New York, Wiley & Sons, 1968). Los tres autores han desempeñado tareas informativas en periódicos, revistas, televisión y agencias de noticias, y uno de ellos, Lee, ha publicado seis novelas, dos de las cuales han sido propuestas para el cine. El manual que aquí se reseña, regularmente traducido, se estructura en tres grandes apartados ("La teoría y sus repercusiones", "La práctica y los apoyos", y "Controversias y conceptos"). Los temas se ordenan en quince capítulos, al término de cada uno de los cuales se presenta un breve resumen de lo tratado. La obra incluye un glosario que recoge los términos y expresiones fundamentales para efectuar un repaso general; una extensa bibliografía clásica ordenada por capítulos; y una serie de cuadros identificados con diversos símbolos donde se ofrecen anotaciones referidas al Panorama Mundial, Panorama del Futuro, Observaciones Especiales y Mirada al Pasado. Además se incluyen 15 gráficos en los que se representan de modo esquemático procesos y organigramas, varios cuadros con información estadística, e incluso un epígrafe sobre la historia del cine redactado con el formato de un guión cinematográfico. Este despliegue de recursos en el diseño gráfico hacen de la obra un trabajo fuera de lo común, muy próximo a la estética periodística, y que si bien hacen de su lectura un ejercicio casi lúdico, parece indicar también la voluntad de los autores por llegar a un público poco acostumbrado a leer libros y cuya voluntad e interés necesitan ser artificioosamente estimulados. En la primera parte se recogen, a modo de introducción, diversas teorías sobre el proceso de la comunicación, sus funciones y efectos, así como las relaciones y barreras existentes entre los comunicadores y su público. Todos los temas se presentan ilustrados con anécdotas, ejemplos o casos hipotéticos, lo que constituye una tónica dominante a lo largo de la obra. Al igual que ocurre con la práctica de la "información balanceada", cabe observar, a propósito de esta sección, que la exposición de teorías contra puestas desde una postura ecléctica puede sumir al estudiante en un estado de perplejidad ante lo que aparece como un relativismo teórico, cuando lo que se necesita en ese estadio sea posiblemente la exposición y discusión crítica ejercida desde alguna posición estable, públicamente reconocida y pacíficamente compartida. Esta falta de criterios estables lleva a los autores, por ejemplo, a exponer en el mismo nivel las teorías de los efectos positivos, negativos y neutros de la comunicación, y a concluir, sin mayor rubor, que "todavía no sabemos qué poder ejercen los medios y, sus mensajes sobre nuestra vida diaria" (p. 155). La segunda parte aborda el estudio de los diversos medios: periódicos, libros y revistas, radio e industria discográfica, televisión y cine, incorporando también dos modos de comunicación como son la publicidad y las relaciones públicas. En todos los casos, el esquema seguido es similar. Se consideran aspectos históricos, económicos, de funcionamiento y perspectivas sobre su posible evolución. Los datos aportados, así como los ejemplos, son de gran actualidad, y se intenta exponer la articulación entre los medios fruto de la tendencia a la concentración empresarial y el surgimiento de los grandes grupos y conglomerados de medios. Esta tendencia se explica de modo simplificado con la siguiente argumentación: "¿Por qué insisten los grupos en crecer tanto? Si una empresa es lucrativa, bajo el sistema económico norteamericano le quedan tres opciones: invertir las ganancias en nuevos negocios o nuevos equipos para negocios que ya posee; declarar dividendos y pagarlos a los accionistas; o pagar impuestos sobre las ganancias. El enfoque corriente es hacer mucho de lo primero, un

poco de lo segundo y, si es posible, nada” de lo tercero” (p. 179). La tercera parte del manual resulta posiblemente la más interesante por el atractivo y actualidad de los problemas presentados, en particular, los capítulos referidos a las relaciones entre la prensa y el gobierno, a la dialéctica entre libertad y control, y al problema de la ética en los medios de comunicación. Sobre este último tema, habría que volver a formular las mismas críticas planteadas con motivo del tratamiento de las teorías sobre la comunicación, solamente que en este caso el problema del enfoque relativista, dada la envergadura del tema, resulta mucho más serio. Es evidente, no obstante, que en los últimos años y a causa de ciertos excesos y de algunas actitudes arrogantes por parte de los medios, ha surgido con nueva fuerza el debate en torno a la necesidad de impulsar una conducta profesional más limpia y transparente. Los autores observan que este es precisamente uno de los principales problemas con los que se enfrentarán los medios norteamericanos en el futuro: “una ciudadanía más preocupada y preparada cuestionará la actividad de los medios y su sentido de responsabilidad (...) los medios se enfrentan a una crítica cada vez mayor sobre sus propios intereses, su irritante arrogancia, la invasión de la intimidad; su monotonía creciente y su énfasis cada vez mayor en la publicidad y las grandes ganancias” (p. 538). El último capítulo de la obra se dedica a ofrecer una perspectiva global sobre los medios de comunicación, y se centra en el análisis del debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NO- MIC), sobre el que no aporta mayores novedades. En su conjunto, este manual constituye una simple pero buena introducción panorámica al universo de los medios, de utilidad para quienes dan los primeros pasos en la universidad y comienzan a situarse en los temas de estudio, así como también para quienes deseen un repaso actualizado o busquen una primera referencia para desarrollar algún aspecto a partir de la bibliografía ofrecida. JOSE LUIS ORIHUELA COLLIVA

**Jose Luis ORIHUELA**

[arriba](#)